3.- Dendetarako pertsianak eta garajeetarako ate metalikoak fabrikatu eta instalatzen dituen enpresa txiki batek horrelaxe adierazten du bere misioa enpresaren web orrian: *"Gure misioa bezeroei lasaitasuna eta segurtasuna ematea da, bere bizitza familiar eta laborala errazten duten soluzioak eskainiz".*
Komenta ezazu misioa era egokian formulaturik dagoen eta aldatzekotan nola aldatuko zenukeen. (PUNTU 1)

4.- 2007ko otsailaren 18ko "El País de los Negocios"-en artikulu batean, Ikeak Espainian lortutako emaitzei buruzko hurrengo informazioa agertzen da:

... "Preguntado sobre el inesperado éxito del modelo de Ikea -muebles en planchas, estilos minimalistas...-, De Wit apunta no una sino variadas razones. "Creo que hemos tenido la suerte de coincidir con un fuerte cambio generacional y sociológico en la sociedad española, especialmente masivo entre los jóvenes, similar al que se produjo en Europa, sólo que ahí a lo largo de 20 años y aquí en menos de 10". Los jóvenes -en sentido amplio- parecen haber sido la gran palanca de éxito del grupo sueco, por fervor y también por haber encontrado en la particular conjunción de estilo, funcionalidad y bajos precios la forma más cómoda de amueblar sus casas. "Bonitos y baratos", habrán pensado. De Wit se muestra, sin embargo, convencido de que "pudimos sintonizar con ellos debido a nuestra cultura de empresa, similar a la suya".
Lo dicho bastaría para explicar la aceptación, pero no el tremendo éxito registrado en España. Según el ejecutivo hubo otras razones: un crecimiento económico que ha generado millones de empleos -y hogares- y una explosión demográfica, causada por la inmigración, que ha disparado la población de España en cuatro nuevos millones de personas en los últimos siete años. "Mientras que la población extranjera en España", apunta De Wit, "era el 1,2% en 1996, ahora es el 9%".
Esto sin olvidar los hogares unipersonales (que aumentaron el 82% en 10 años), las parejas sin hijos y el avance de la mujer en el mercado de trabajo. "Cambia mucho", explica el ejecutivo, "la forma como una mujer decora su casa cuando tiene que salir a trabajar. Le preocupa más la funcionalidad y tener todo organizado. Y nosotros somos especialistas en estos temas". Igual que lo son en el aprovechamiento de pequeños espacios, algo que a Ikea también le ha beneficiado pues, según De Wit, "las casas son aquí cada vez más pequeñas y las personas tienen que ingeniárselas para organizarlas".

Identifika itzazu, aurreko paragrafoan, Ikearen arrakasta komertzialean eragina izan duten inguruneko faktoreak. <u>Sailka itzazu</u> 3. gaian emandako faktoreen eskemaren arabera (Kotler-en 4. kapitulua) eta <u>komenta ezazu laburki</u> faktore hauek Ikearen arrakastan izan duten eragin positiboa. (1,5 PUNTU)